

- статусної мотивації // Бизнес - Информ. – 2004. – № 3-4 (288-289). – С.121-131.
- 8.Цыпкин Ю.А., Локшинов А.Н. Управление персоналом. – М.: Мир, 2004. – 406 с.
- 9.Мазур И.И. Корпоративный менеджмент: Справочник для профессионалов / И.И.Мазур, В.Д.Шапиро, Н.Г.Ольдерогге и др.; Под общ. ред. И.И.Мазура. – М. Высшая школа, 2003. – 1077 с.
- 10.Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 407 с.
- 11.Терминология менеджмента: Словарь / Сост. А.К.Семенов, В.И.Набоков. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 224 с.
- 12.Предпринимательство: социально-экономическое управление / Под ред. Н.В.Родионовой, О.О.Читанавы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2002. – 383 с.
- 13.Ястремська О.М., Яковенко К.В. Гендерний аспект принципів управління персоналом // Феномен гендеру: соціокультурні виміри: Зб. матеріалів наук.-практ. конф. (28-29 жовтня 2004 р., м.Алчевськ). – Алчевськ: ДонДТУ, 2004. – С.122-126.

*Отримано 22.09.2005*

УДК 331.5

Ю.С.ГОРЯЙНОВА, канд. екон. наук

*Харківський національний економічний університет*

## **СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО РИНОК ПРАЦІ**

Обґрунтовується можливість збільшення ефективності регулювання ринку праці використовуючи концепцію маркетингу. Пропонується механізм ефективного регулювання ринку праці через використання складових інформації маркетингу. Розглянуто модель, що характеризує інформаційний обмін між суб'єктами ринку в центрі зайнятості відповідно до цілей маркетингу.

Кардинальні зміни в економіці України та зростання ролі трудових ресурсів в умовах становлення ринкових відносин вимагають удосконалення механізмів управління ними. Формування трудових ресурсів, їх розподіл, перерозподіл, узгодження інтересів роботодавців і осіб, що працюють за наймом, здійснюється через ринки праці. Тому особливого значення і актуальності набуває удосконалення механізму регулювання ринку праці. Сучасна теорія і практика накопичила достатній досвід щодо розробки і застосування системи заходів регулювання ринку праці, які охоплюють процеси, що пов'язані з формуванням попиту на працю і її пропозицією, а також наданням допомоги безробітним, про що свідчить велика чисельність наукових праць Т.І.Безденєжних, В.Н.Іванової, В.М.Петюха, А.І.Рофе, М.В.Шаленка [1, 4, 5, 7] та інших зарубіжних і українських учених.

Ефективність регулювання ринку праці можна підвищити, використовуючи концепцію маркетингу в напрямку роботи з ринком з метою забезпечення задоволення людських потреб. Але на сьогоднішній день концепції маркетингу при вирішенні питань регулювання ринку праці майже не використовуються, що пов'язано з відсутністю мето-

дичного забезпечення здійснення маркетингового підходу до регулювання ринку праці, хоча існують роботи, присвячені питанням теоретичного обґрунтування маркетингу в сфері праці і зайнятості [2, 6, 8]. Тому стає актуальною розробка методичних рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності регулювання ринку праці на основі маркетингу та застосування інформаційної системи, яка дозволить здійснювати якісну оцінку його ефективності. Метою написання даної статті є визначення заходів, які сприятимуть отриманню об'єктивної інформації щодо ринку праці, застосувавши маркетинговий підхід.

У процесі розвитку ринку праці у сфері діяльності роботодавців і найманих працівників виникають соціально-економічні ризики, причини виникнення яких можуть бути різними – політичні, соціально-економічні, історичні. Однією з таких причин, на нашу думку, можуть бути наслідки викривлення інформації, необхідної для аналізу самого ринку праці та процесів, що на ньому відбуваються. Запропонована автором статті методика дозволяє досягти найбільш ефективного регулювання ринку праці шляхом використання маркетингової інформації, що надходить від усіх суб'єктів цього ринку. Пропонується виділити декілька напрямків надходження такої інформації з позиції:

*держави:* обробка офіційної статистичної інформації Держкомстату України і даних моніторингу;

*посередників:*

державних: інформація, отримана методом експертних оцінок (наприклад використання методу фокус-груп);

приватних: дані кадрових і рекрутингових агентств;

*роботодавців і найманих працівників:* опитування населення з питань зайнятості, працевлаштування, соціально-економічного положення на ринку праці.

Інформаційною базою проведення дослідження за запропонованою методикою виступають нормативні акти загальнодержавного і місцевого рівня в сфері зайнятості і соціальної політики; статистичні дані Державного комітету статистики України, обласних центрів зайнятості, управління праці і соціального захисту населення обласної адміністрації; результати опитувань населення області, що проводяться незалежними центрами та фондами соціальних досліджень. Необхідність проведення соціального дослідження обумовлена унікальністю процесів на ринку праці, визначеною своєрідністю поведінки людей та їх суб'єктивної думки. Акумуляування й аналіз отриманої в такий спосіб інформації (рис.1) дозволить виконати кілька задач:

1. Оцінити реальну ситуацію на ринку праці регіону, виявити можливі розбіжності в отриманих даних, визначити причини таких

розбіжностей (пов'язаних з тим, що не усі безробітні звертаються в державні центри зайнятості або кадрові агентства, а шукають роботу через знайомих; не всі роботодавці надають правдиві відомості про вакансії, що зменшує реальність офіційної інформації).

2. Визначити можливі соціально-економічні ризики, які виникають внаслідок викривлення інформації про ринок праці, вжити заходи по максимально можливому їх недопущенню.

3. Створити єдину інформаційну систему, що містить базу даних, яка відображає достовірну інформацію про ринок праці, стан і переваги як найманих працівників і роботодавців, так і потреби інфраструктури, держави та економіки в цілому. На основі даних такої бази можна приймати рішення про ефективність вкладення коштів в освіту (працівниками), в організацію виробництва (роботодавцями), у перенавчання (посередниками), в окремі програми зайнятості населення (державні органи).

4. Розробити ефективні заходи щодо регулювання ринку праці не тільки на регіональному, а й державному рівні з урахуванням повної інформації про можливості, потреби і тенденції суб'єктів даного ринку.

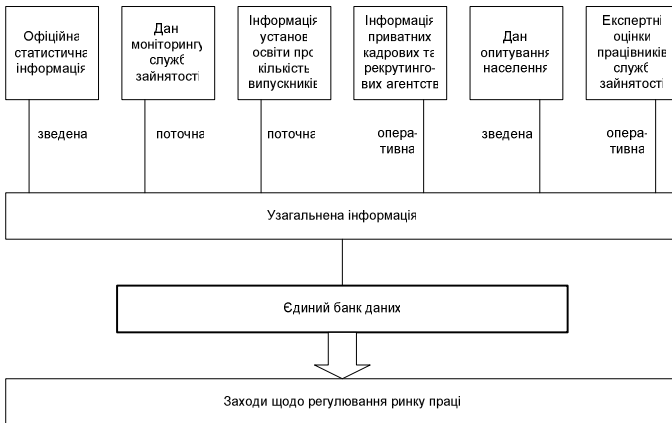


Рис.1 – Послідовність збору інформації для ефективного регулювання ринку праці

Таким чином, обробка, аналіз і об'єднання отриманої інформації дозволяє, виявивши розбіжності в отриманих даних і визначивши їх причини, оцінити реальну ситуацію на ринку праці регіону. Наступним етапом роботи є розробка єдиної бази даних у рамках інформаційної маркетингової системи, що сприятиме розробці діючих заходів регулювання ринку праці на регіональному та загальнодержавному рівні.

Інформаційна система, що дозволяє здійснювати оцінку ефективності застосування маркетингу на ринку праці може стати основою гнучкості заходів регулювання цього ринку. Модель, представлена на рис.2, в узагальненому вигляді характеризує потоки інформації, які простежуються в обласному центрі зайнятості, і містить основні складові інформаційного обміну між суб'єктами ринку праці. Однак зміст вхідної та вихідної інформації, методи її обробки, забезпеченість інформаційної системи кадрами і технологіями повинні відповідати вимогам маркетингового підходу.

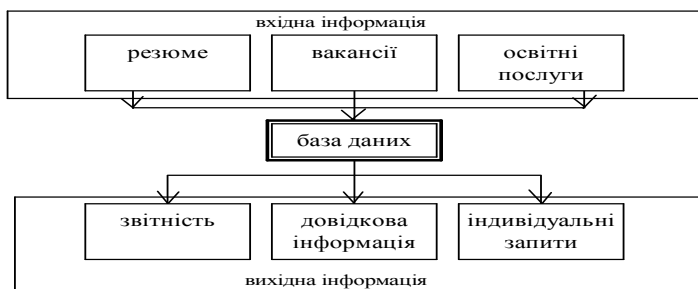


Рис.2 – Інформаційна модель ринку праці

Резюме претендентів, на відміну від інформації, заповнюваної при реєстрації працівників у центрі зайнятості, повинне містити більш докладний перелік даних, включаючи особисті (вік, сімейний стан, здоров'я), професійні (всі види освіти, кваліфікація, наявність додаткових навичок), дані про попередню трудову діяльність, мотивацію (матеріальну і нематеріальну), вимоги до майбутньої роботи, якості характеру. Використання форми резюме, що містить закриті питання, дозволить надалі класифікувати характеристики претендента, оцінювати їх за допомогою рейтингу, а також формувати профіль представників сегментів ринку, що адекватно відповідають заходам регулювання.

Блок вакансії повинен складатися з професійно-кваліфікаційної характеристики посади, профілю найбільш підходящого претендента, що дозволить зробити її подальшу класифікацію, розрахувати рейтинг, визначити структуру попиту на ринку. Вакансія, крім вимог до самої вакансії, повинна містити економічне становище підприємства, кадрову структуру, особливості стилю керівництва, стан соціально-психологічного клімату в колективі.

При працевлаштуванні відомості стосуються тільки вакансії, і пропонувані кандидати нерідко відхиляються, тому що не врахована специфіка підприємства й особистості керівника, а при рекрутингу,

консультант, у першу чергу, складає уявлення про підприємство і роботодавця, а потім займається оптимізацією кадрової структури і відповідним підбором кадрів. Незважаючи на високі витрати на рекрутинг у порівнянні з працевлаштуванням, саме такі технології, орієнтовані на потребу роботодавця, знайшли широке поширення у світовій практиці кадрового консалтингу [3]. Ці технології варто було б впровадити в практику діяльності державних центрів зайнятості, що привело б до прямого підвищення результативності їх роботи. Отримана оцінка претендентів і вакансій дозволяє зробити сегментацію, найбільш відповідну ситуації на ринку праці, сформувані найкращі сполучення вакансія-претендент, розробити цільові програми, вивчаючи динаміку зміни обсягу і структури сегмента у відповідь на розпочаті дії.

Блок освітніх послуг повинен містити дані про навчальні заклади, умови навчання, спеціальності (з розшифровкою умов роботи і функціональних обов'язків по кожній з них). Така інформація міститься в статистичних показниках структури і динаміки учнів, наданих школами, ПТУ, вузами, районними відділами освіти і управлінням освіти і науки. Однак наразі відсутній прямий зв'язок із здобувачами, облік яких ведеться в центрах зайнятості.

Вихідна інформація, насамперед, це звітність, що представляється в обласне управління статистики (ф.№1-ПН, 2-ПН /працевлаштування/ – містить кількість зареєстрованих, працевлаштованих, знятих з обліку, тих, що пройшли профорієнтацію, перепідготовку, перенавчання, відправлених на сезонні роботи і надані консультаційні послуги), а також щорічний аналітично-статистичний збірник "Моніторинг ринку праці і соціального захисту незайнятого населення".

Збір і поповнення довідкової інформації на нашу думку не відповідають критерію повноти, тому що оцінка ефективності цієї роботи не пов'язана із затребуваністю створюваної інформації суб'єктами ринку. Однак створення довідкової інформації індивідуально кожним посередником економічно недоцільне, хоча зараз спостерігається саме така тенденція. На нашу думку, координуючі дії державних органів дозволили б створити і підтримувати найбільш ефективну базу даних, а зацікавленість у ній приватних посередників дозволила б залучити кошти на її створення.

Блок індивідуальних запитів повинен містити інформацію за вимогою суб'єктів ринку. Тут може знаходитися огляд заробітної плати за спеціальністю, аналіз ефективності витрат на добір або навчання, рекомендації з підвищення конкурентоспроможності і т.д.

Формування даних з використанням запропонованої нами логіч-

ної структури дозволяє врахувати взаємозв'язки між суб'єктами ринку, забезпечуючи при цьому адекватність ринковому положенню об'єктів бази даних.

Практичне значення реалізації даної моделі на ринку праці полягає у можливості проведення оцінки ефективності інформаційної системи шляхом формування показників системи маркетингової інформації: числа звертань та швидкості оновлення бази даних, що показують ефективність послуг посередників; розрахунку зведених показників кількості звертань до послуг посередників з боку здобувачів і з боку роботодавців; показників, що характеризують попит на певні послуги, співвідношення між витратами на надання послуги й ефектом, який виражається як в оплаті послуг, так і їх впливі на процес працевлаштування.

Перед органами управління в сфері зайнятості стоять задачі комплексного охоплення всіх суб'єктів ринку праці, правового забезпечення ефективного зв'язку між ними, регулювання системи збору, обробки й аналізу даних, контролю за фінансуванням програм. У даний час актуальні такі заходи впливу, як розвиток конкурентного посередницького середовища, створення умов для діяльності приватних кадрових агентств, що приведе до росту офіційної долі ринку праці.

Отже, державне регулювання ринку праці з позиції реалізації запропонованої інформаційної моделі має включати методичне і фінансове забезпечення регулярного відновлення довідкової системи, адекватної соціально-економічному стану ринку праці; забезпечення оцінки її ефективності, як показника адекватності послуг посередників потребам ринку; облік здобувачів, що містить характеристики, які дозволяють оцінити не тільки їх професійні якості, але й мотивацію; облік вакансій, що містить не тільки опис функціональних обов'язків претендента, але й характеристики положення фірми на ринку, особливостей стилю керівництва і морально-психологічного клімату в колективі.

Таким чином, розробка та впровадження системи маркетингової інформації, що містить дані всіх елементів інфраструктури ринку праці та дозволяє простежити активність посередників на ринку, сприятиме удосконаленню їх діяльності.

1.Иванова В.Н., Безденежных Т.И. Управление занятостью на местном уровне. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.

2.Легомінова С.В. Маркетинг ринку праці (методологія дослідження): Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. – К.: КНЕУ, 2002. – 16 с.

3.Львов В. Рынок кадрового сервиса: есть потенциал роста // Управление персоналом. – 1997. – №4. – С. 31-36.

4.Петюх В.М. Рынок праці. – К.: КНЕУ, 1999. – 288 с.

5.Рофе А.И., Збышко Б.Г., Ишин В.В. Рынок труда, занятость населения, экономи-

ка ресурсов для труда / Под ред. проф. А.И.Рофе. – М.: МИК, 1997. – 160 с.

6.Саруханов Э.Р., Сотникова С.И. Маркетинг рабочей силы: социально-экономический анализ. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1995.

7.Шаленко М. Сучасні тенденції розвитку ринку праці України // *Економіка України*– 1996. – № 9. – С. 25-34

8.Gordon D, Edwards R., Reich M / *Segmented Work, Divided Workers* – N.Y.,1982. – 254 p.

*Отримано 01.08.2005*

УДК 364.014 (477.54)

В.О.КОЮДА, канд. екон. наук, О.І.ГАМОВА  
*Харківський національний економічний університет*

### **СПІВРОБІТНИЦТВО ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ м.ХАРКОВА**

Проведено оцінку діяльності недержавних некомерційних організацій та їх співробітництва з органами місцевого самоврядування м.Харкова. Зроблено висновки щодо доцільності подальшого розвитку цієї форми партнерських відносин.

Проблема розвитку соціального партнерства в останні роки займає одне з провідних місць у вітчизняній економічній та соціальній науках. Важливим елементом соціального партнерства на регіональному рівні є партнерство між органами місцевого самоврядування та недержавними некомерційними організаціями (в тому числі громадськими організаціями) та їх участь у реалізації державних і муніципальних програм. Це обумовлюється тим, що у певних випадках недержавні некомерційні організації здатні діяти більш успішно та економічно, ніж державні установи. Недержавні некомерційні організації є більш гнучкими у своїй діяльності, більш інноваційними, ніж державні установи, і тому мають можливість більш ефективно надавати відповідні соціальні послуги. Здебільшого вони пропонують новітні та більш економічні підходи до вирішення соціальних проблем. Крім того, економія коштів у таких організаціях досягається шляхом безоплатної роботи волонтерів. Все це обумовлює доцільність розвитку партнерських відносин між державою, органами місцевого самоврядування та недержавними некомерційними організаціями та участь останніх у реалізації державних та муніципальних програм соціального захисту громадян.

Разом з розвитком партнерських відносин постає питання щодо їх оцінки. Загальні проблеми оцінки державних соціальних програм розглядає у своїх працях О.В.Макарова [1]. Водночас питання оцінки співробітництва недержавних некомерційних організацій з органами державної влади та місцевого самоврядування є практично не розроб-